

Abschnitt	Frage
Kundenanforderungen	Stellt die Geschäftsführung sicher, dass systematisch Kundenanforderungen ermittelt werden und damit auch die Kundenzufriedenheit erhöht wird?
Standards und Leitlinien	Richtet sich die Kundenbetreuung an aktuellen Standards und Leitlinien?
Kundenbefragung	Führen Sie jedes Jahr eine Kundenbefragung durch?
Mitarbeiterbefragung	Führen Sie jedes Jahr eine Mitarbeiterbefragung durch?
Marktgeschehen	Beschäftigen Sie sich kontinuierlich mit dem Marktgeschehen?
Marktentwicklung	Haben Sie Antennen zur Beobachtung der Marktentwicklung aufgebaut?
Erkenntnisse nutzen	Nutzen Sie die Erkenntnisse der Marktentwicklung für die unternehmerische Entwicklung?
Absatzpunkte	Sind Sie an den wichtigen Absatzpunkten vertreten?
Branchentrends	Wissen Sie wo für Ihre Branche Trends entstehen?
Feedback	Ermöglichen Sie Kunden mit Ihnen in Kontakt zu treten und insofern zur Unternehmensentwicklung über Feedbacks beizutragen?

Abschnitt	Frage
Zielgruppe	Welche Zielgruppe soll erreicht werden?
Zielgruppe	Gibt es regionale Einschränkungen?
Zielgruppe	Sind die Informationen über die Zielgruppe ausreichend?
Zielgruppe	Passt das Angebot zu anderen von der Zielgruppe gekauften Angeboten?
Zielgruppe	Wie groß ist die Zielgruppe?
Zielgruppe	Welche Kaufkraft besitzt die Zielgruppe?
Bedarf	Ist der Bedarf konkret bezifferbar?
Bedarf	Gibt es einen Folgebedarf (wie z.B. Oral B Zahnbürste)?
Bedarf	Gibt es einen Ersatzbedarf nach einer gewissen Zeit?
Bedarf	Gibt es Serviceverträge oder einen zätzlichen Markt für Serviceleistungen?
Bedarf	Lässt sich das Angebot ständig verkaufen oder muss nach einer gewissen Zeit ein neues Angebot entwickelt werden?
USP	Was ist das Besondere des Angebots?
USP	Ist das Angebot neu oder neu in der Kombination?
Markt	Wird eine Marktnische besetzt?
Markt	Gibt es besondere Bedingungen für die Vermarktung?
Konkurrenz	Ist die Konkurrenz bekannt?
Konkurrenz	Mit welchen Mitteln erreicht die Konkurrenz die Kunden?
Preis	Welches Preissegment soll besetzt werden?
Preis	Sind die Preisvorstellungen realistisch?
Vertrieb	Gibt es einen guten Marktzugang?
Vertrieb	Gibt es ein bereits vorhandenes oder nutzbares Vertriebsnetz?
Vertrieb	Gibt es digitale Wege der Kundengewinnung?
Vertrieb	Wer sind geeignete Vertriebspartner?
Entwicklung	Welche zukünftige Marktentwicklung ist zu erwarten?

Abschnitt	Frage
Marktbeschreibung	Konnte der zu untersuchende Markt genau beschrieben werden?
Marktbeschreibung	Ist die Marktgröße in allen wesentlichen Facetten beschrieben worden?
Marktbeschreibung	Lässt sich der Markt in Segmente untergliedern?
Marktbeschreibung	Welche zukünftige Marktentwicklung ist zu erwarten?
Wettbewerbsdimensionen (n. Porter)	Lässt sich die Wettbewerbsintensität (Konkurrenzanalyse) auf einer Skala von 1= sehr hohe Intensität bis 10 = kein Wettbewerb beziffern?
Wettbewerbsdimensionen (n. Porter)	Wird die eigene Marktstellung durch neue Marktteilnehmer bedroht? (10=nein, 1=ja sehr)
Wettbewerbsdimensionen (n. Porter)	Wird die eigene Marktsituation durch Ersatzprodukte / -dienstleistungen bedroht? (10=nein, 1=ja sehr)
Wettbewerbsdimensionen (n. Porter)	Wird die eigene Marktsituation durch die mögliche Bedrohung durch die Verhandlungsmacht der Käufer bedroht? (10=nein, 1=ja sehr)
Wettbewerbsdimensionen (n. Porter)	Wird die eigene Marktsituation durch die mögliche Bedrohung durch die Verhandlungsmacht der Lieferanten bedroht? (10=nein, 1=ja sehr)

Abschnitt	Frage
politische Faktoren – Political	Sind die politischen Faktoren bekannt, die auf den ausgewählten Markt - damit auch auf das Unternehmen - einwirken und die beachtet werden müssen?
wirtschaftliche Faktoren – Economic	Sind die wirtschaftlichen Faktoren bekannt, die auf den ausgewählten Markt - damit auch auf das Unternehmen - einwirken und die beachtet werden müssen?
sozio-kulturelle Faktoren – Sociocultural	Sind die sozio-kulturellen Faktoren bekannt, die auf den ausgewählten Markt - damit auch auf das Unternehmen - einwirken und die beachtet werden müssen?
technische Faktoren – Technical	Sind die technischen Faktoren bekannt, die auf den ausgewählten Markt - damit auch auf das Unternehmen - einwirken und die beachtet werden müssen?
umweltbezogene Faktoren – Environmental	Sind die umweltbezogenen Faktoren bekannt, die auf den ausgewählten Markt - damit auch auf das Unternehmen - einwirken und die beachtet werden müssen?
rechtliche Faktoren – Legal	Sind die rechtlichen Faktoren bekannt, die auf den ausgewählten Markt - damit auch auf das Unternehmen - einwirken und die beachtet werden müssen?

Abschnitt	Frage
Basis	Sind Ihre Kernprodukte bestimmt?
Basis	Sind die Abnehmergruppen definiert?
Basis	Sind die Konkurrenten in Bezug auf die Zielgruppen bekannt?
Konkurrenzsituation	Sind die wesentlichen Kennziffern bekannt im Vergleich zur Konkurrenz bekannt?
Konkurrenzsituation	Ist die Angebots- und/oder Produktionsqualität im Vergleich zur Konkurrenz sehr hoch?
Konkurrenzsituation	Wie sieht die Preisgestaltung im Vergleich zur Konkurrenz aus?
Konkurrenzsituation	Existiert ein wettbewerbsfähiger Einkauf im Vergleich zur Konkurrenz?
Konkurrenzsituation	Existiert ein wettbewerbsfähiges Marketing im Vergleich zur Konkurrenz?
Konkurrenzsituation	Existiert ein wettbewerbsfähiger Vertrieb im Vergleich zur Konkurrenz?
Marktanalyse	Ist die Struktur der Branche bekannt?
Marktanalyse	Welche zukünftige Marktentwicklung ist zu erwarten? (Volumen wachsend?)
Marktanalyse	Besteht die Gefahr von Substitutionsprodukten oder Technologien, die die eigenen Produkte ersetzen könnten?
Marktanalyse	Besteht die Gefahr neuer Anbieter? Wenn ja welche?
Marktanalyse	Wird eine Marktnische besetzt?
Marktanalyse	Gibt es besondere Bedingungen für die Vermarktung?
Marktanalyse	Gibt es regulatorische Risiken?

Abschnitt	Frage
Marktbeschreibung	Konnte der zu untersuchende Markt genau beschrieben werden?
Marktbeschreibung	Ist die Marktgröße in allen wesentlichen Facetten beschrieben worden?
Marktbeschreibung	Lässt sich der Markt in Segmente untergliedern?
Marktbeschreibung	Welche zukünftige Marktentwicklung ist zu erwarten?
Wettbewerbsdimensionen (n. Porter)	Lässt sich die Wettbewerbsintensität (Konkurrenzanalyse) auf einer Skala von 1= sehr hohe Intensität bis 10 = kein Wettbewerb beziffern?
Wettbewerbsdimensionen (n. Porter)	Wird die eigene Marktstellung durch neue Marktteilnehmer bedroht? (10=nein, 1=ja sehr)
Wettbewerbsdimensionen (n. Porter)	Wird die eigene Marktsituation durch Ersatzprodukte / -dienstleistungen bedroht? (10=nein, 1=ja sehr)
Wettbewerbsdimensionen (n. Porter)	Wird die eigene Marktsituation durch die mögliche Bedrohung durch die Verhandlungsmacht der Käufer bedroht? (10=nein, 1=ja sehr)
Wettbewerbsdimensionen (n. Porter)	Wird die eigene Marktsituation durch die mögliche Bedrohung durch die Verhandlungsmacht der Lieferanten bedroht? (10=nein, 1=ja sehr)